

Lebensversicherer kämpfen mit gestiegenen Kundenerwartungen

Lebensversicherer haben Schwierigkeiten, die hohen Erwartungen der Kunden zu erfüllen, so eine neue Studie des Capgemini Research Institute. Veraltete Systeme würden dringend notwendige Veränderungen erschweren. Doch es gibt auch Versicherer, denen die Studie ein 'hervorragendes Kundenerlebnis' attestiert.



Quelle: PublicDomainPictures / pixabay

„Lebensversicherungen müssen sich in einem zunehmend wettbewerbsintensiven Markt aufgrund neuer Anlage- und Absicherungsformen behaupten und aufpassen, nicht von einem MUSS zu einer Option unter vielen zu verblassen. Die Versicherer sollten sich auf die nächste Generation von Kunden konzentrieren, den Versicherten in den Mittelpunkt ihrer Strategien stellen und die eigenen Mehrwerte klar benennen“, so Klaus Thummert, Senior Director im Bereich Insurance bei Capgemini Invent in Deutschland. „Viele Versicherer ringen mit veralteten Technologien oder Modernisierungsvorhaben, die ihre angestrebten Ziele verfehlen. Die Kunst bei der kundenzentrierten Transformation ist es, den Spagat zwischen Kunden-

und Kostenorientierung zu meistern. KI wird dabei die Kernprozesse stützen, aber der menschliche Kontakt ist auch in Zukunft entscheidend für eine vertrauensvolle Kundenbeziehung.“

Lebensversicherer stehen angesichts hoher Inflation, wirtschaftlicher Unsicherheit und schwindenden Interesses an einem kritischen Punkt. Zwischen 2007 und 2023 sank die Marktdurchdringung in reifen Märkten um 33 Prozent. Jeder zweite Versicherungsnehmer ist unzufrieden, insbesondere in den Bereichen Produktangebot, Vertragsabschluss, Service und Leistungsabwicklung.

Bereits vor Vertragsabschluss haben 35 Prozent der Privatkunden Schwierigkeiten mit den komplexen Bedingungen, 27 Prozent sind unzufrieden mit dem langwierigen Antragsverfahren. Nach Abschluss einer Police sind 25 Prozent der Privat- und Gruppenversicherten frustriert über lange Wartezeiten und vermissen Self-Service-Optionen für Vertragsänderungen (23 Prozent). Die Leistungsabwicklung stellt ebenfalls eine Herausforderung dar, da ein Drittel der Privatkunden ein kompliziertes Meldeverfahren bemängelt und 27 Prozent Empathie bei der Leistungsabwicklung vermissen.

Jüngere Versicherungsnehmer (zwischen 18 und 40 Jahren) empfinden während ihres gesamten Versicherungsverlaufs mehr Frust als ältere Kunden (zwischen 41 und 60 Jahren). Zu den Kritikpunkten gehören langsame und komplexe Abschlussprozesse sowie das Fehlen geeigneter Self-Services und Kommunikationsmöglichkeiten. 42 Prozent der jüngeren Kunden nennen einen unflexiblen Leistungsbezug als kritisches Problem, während es bei älteren Kunden nur 26 Prozent sind.

„Trotz des Bestrebens, die Kundenbetreuung, den Service und die Leistungsregulierung neu zu gestalten, haben es nur 9 Prozent der Versicherer geschafft, relevante Services aus dem Ökosystem wie etwa Ärzte in ihre Prozesse zu integrieren“, so Thummert.

Trotz des Erkennens der Notwendigkeit zur Modernisierung haben nur 41 Prozent der Versicherer ihre jüngsten Transformationsziele erreicht oder übertroffen. Frühere Initiativen scheiterten oft an unerwarteter Integrationskomplexität (50 Prozent), mangelnder Abstimmung mit den Geschäftszielen (42 Prozent) und unzureichend qualifizierten Ressourcen (42 Prozent).

Eine kleine Elite von fünf Prozent der Versicherer bietet jedoch ein hervorragendes Kundenerlebnis. Diese Best-in-Class-Versicherer nutzen moderne Technologien wie generative KI, um starke Onboarding-, Self-Service- und Leistungsfunktionen zu bieten. 78 Prozent dieser Versicherer haben das Underwriting automatisiert, im Vergleich zu 15 Prozent der übrigen Versicherer. Ebenso bieten 78 Prozent Self-Service Portale an, während es bei den übrigen Versicherern nur 13 Prozent sind. 56 Prozent bieten ein nahtloses und intelligentes Leistungserlebnis durch KI-Unterstützung für Sprache und Stimmungsanalyse, gegenüber nur 3 Prozent der übrigen Versicherer.

Während das transformative Potenzial der generativen KI unbestreitbar ist, mangelt es an Fachkräften. 67 Prozent der besten Versicherer sind technisch bereit, die Fähigkeiten der generativen KI zu nutzen, während die Offenheit bei den übrigen Versicherern für KI auf 25 Prozent sinkt. Generative KI kann das Kundenerlebnis revolutionieren und die betriebliche Effizienz steigern, wenn sie mit menschlicher Intelligenz kombiniert wird. 34 Prozent der Führungskräfte nennen jedoch die Identifizierung und Anstellung von Talenten als wesentliches Hindernis und sehen kritische Lücken bei Rollen wie Verhaltenswissenschaftlern, Experience Designern und AI Prompt Engineers.

Der Erfolg wird nicht nur von der Implementierung der Technologie abhängen, sondern auch von der Fähigkeit der Versicherer, die richtigen Talente anzuziehen, zu entwickeln und zu halten. Versicherer, die moderne Technologie mit qualifizierten Fachkräften effektiv kombinieren, werden gut aufgestellt sein, um die Branche in eine neue Ära der Innovation und Kundenorientierung zu führen.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4930276/Lebensversicherer-kampfen-mit-gestiegenen-Kundenerwartungen/>